

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx21.41-530>

Artículos

## KITSCH Y CAMP: DESMANTELANDO EL PERFORMANCE DE LA PERFECCIÓN EN REDES SOCIALES

### KITSCH AND CAMP: DISMANTLING THE PERFORMANCE OF PERFECTION IN SOCIAL MEDIA

**Alexa Rosales Rivera**

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

 <https://orcid.org/0000-0003-1969-691X>

**Eleocadio Martínez Silva**

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

 <https://orcid.org/0000-0002-8495-9475>

Autor para correspondencia: Alexa Rosales Rivera, email: alexa.rosales@hotmail.com

#### Resumen

*El kitsch y el camp son dos categorías estéticas que nos ayudarán a abordar la gestación de dos polaridades en redes sociales; una de ellas se identifica en los despliegues de virtud y posturas solemnes que pregonan un ideal de perfección y constante superación personal; y la otra la encontramos en expresiones irreverentes que se empeñan en sacar a la luz, incluso casi como celebración orgullosa, la imperfección, los fracasos, la vulgaridad y el “mal gusto”. Mediante un análisis hermenéutico identificamos en dichas polaridades dos posiciones ontológicas a las que se enfrenta o recurre, según sea el caso, el sujeto contemporáneo, acorralado entre nuevas precariedades y formas de vulnerabilidad, y la consigna generacional de felicidad y éxito, traducida en opulencia, belleza, salud y una rica vida llena de experiencias emocionales.*

**Palabras clave:** estética, Facebook, humor, psicología positiva, neoliberalismo.

#### Abstract

*Kitsch and camp are two aesthetic categories that will help us address the development of two polarities observed in social media. One of them is identified in the displays of virtue and solemn postures that proclaim an ideal of perfection and constant personal improvement; and the other, we find it in irreverent expressions that strive to bring to light –even almost as a proud celebration– imperfection, failures, vulgarity and “bad taste”. Through hermeneutic analysis we identify in these polarities two ontological positions to which the contemporary subject is confronted, or to which he or she resorts, as the case may be, while being cornered between new forms of precariousness and vulnerability, and the generational demand of happiness and success, meaning to satisfy a standard of opulence, beauty, health and a rich emotional life.*

**Key words:** aesthetics, Facebook, humor, positive psychology, neoliberalism.

Recibido: 07/03/2024

Aceptado: 26/06/2024

### Introducción

En redes sociales se proyecta un ideal generacional que gira en torno a la perfección y un continuo crecimiento personal, ideal contenido en un conjunto de característicaspreciadas como la salud, belleza, relaciones interpersonales sanas y significativas, rectitud moral, éxito financiero y laboral. Si en la vida *offline* buscamos presentar ante los demás los signos que den cuenta de nuestra plenitud y compostura, en la vida *online* resulta más fácil editarnos para lograr que sólo sean visibles nuestras facetas virtuosas. Cuando miles de personas toman la oportunidad que nos brindan las redes sociales para editarnos, saltan a la vista los patrones, las fórmulas que han sido utilizadas por los medios tradicionales de comunicación y, ahora, por las personas que forjan su identidad y se editan como figuras públicas, líderes de opinión o autoridades morales. Comprometiéndose seriamente con el performance noble y virtuoso, figuras públicas e internautas (que también se manejan como figuras públicas) corren el riesgo de convertirse en clichés, copias de formas ya vistas, formas que elegimos replicar cuando hemos sido testigos de su efectividad y éxito; las replicamos esperando obtener los mismos resultados. Las redes sociales albergan expresiones o prácticas de

presentación del ‘yo’ que tienden al uso de un lenguaje cursi o kitsch, lenguajes que se distinguen precisamente por la imitación de formas trilladas a las que recurren ciertas poses cargadas de vanidad moral.

A muy grandes rasgos, el kitsch se trata de un gusto estético que surge con la burguesía capitalista y la producción en masa. Por primera vez una buena parte de la población accede a diversos bienes de consumo; los recursos y el dinero alcanzan para algo más que sólo sobrevivir, ahora la gente puede adornarse. La palabra aludía principalmente a obras de pobre calidad que deseaban emular el estilo de las grandes obras de arte. Lo kitsch denominaba ese distintivo gusto del nuevo rico y de las nuevas clases medias que pretendían hacer pasar su gusto por el mismo gusto “refinado” de la aristocracia, poseedores del capital cultural que los burgueses deseaban procurarse a través del capital económico. Con un nuevo poder adquisitivo lo primero que se hizo fue copiar las prácticas de consumo cultural de la aristocracia, por lo tanto, el arte que se deseaba consumir también se contentaba con ser una mera imitación. Y esta es una de las principales cualidades que se le recrimina al kitsch, el hecho de ser un gusto que se reduce a ser una imitación autocomplaciente que no demanda de gran esfuerzo o compromiso creativo, sino que parece dedicarse a satisfacer la

vanidad de quien consume determinados objetos u obras. Por esta razón, Umberto Eco (1984) afirma que el kitsch es un sustituto “fácilmente comestible del arte [...] medio de fácil reafirmación cultural para un público que cree gozar de una representación original del mundo cuando en realidad, goza sólo de una imitación” (p. 84). Ejemplos de lo kitsch los encontramos en las reproducciones decorativas de la Mona Lisa, en el icónico flamenco rosa que adornaba los jardines en la década de 1960, o en la reproducción del David en el municipio de San Pedro, en Nuevo León, donde por un tiempo se tomó una escultura que goza de gran prestigio para adornar una de sus calles; se recurre a obras legitimadas esperando que algo de ese prestigio se le adhiriera a quien exhibe o posee tales objetos. Pero más allá del kitsch como categoría peyorativa del gusto artístico que convencionalmente etiqueta todo aquello de baja calidad, tosco y simplón, carente de sutileza, complejidad de pensamiento y buen gusto, lo que más nos interesa aquí es analizar el riesgo que conlleva el kitsch como imitación. Como se muestra a continuación, en este trabajo se recupera una acepción extendida del concepto que nos permite rebasar el campo de las bellas artes para emplearlo en análisis culturales.

### **Kitsch como imitación**

A fuerza de pura repetición las formas van ganando poder y se endurecen; siendo lo único que se nos presenta, se vuelve cada vez más difícil

desprendernos de ellas y, consecuentemente, de las ideas que encierran, lo cual es capaz de obstaculizar el avistamiento de otras perspectivas. En este sentido, Broch (1970) advierte que el kitsch “nunca toma directamente sus vocablos de la realidad del mundo, sino que utiliza vocablos prefabricados que con su poder se hacen rígidos hasta convertirse en clichés” (p. 10), clichés que pueden caer en una vanidad autosuficiente, segura de sí misma y con autoridad didascálica. Tales fórmulas no se contentan con satisfacer la vanidad de quien las emplea, conforme van ganando fuerza y confianza se gesta en ellas la aspiración a convertirse en modelos a seguir. Es decir, aspiran a imponerse como autoridades morales y a atribuirse la responsabilidad de trazar el camino correcto a los demás. El éxito de dicha empresa tiende a ser directamente proporcional al nivel de incertidumbre experimentado por las sociedades en determinadas épocas o contextos de agitación política y económica, pues, desorientadas y atemorizadas, se encuentran deseosas de que se les señale un camino seguro. Para sosegar, las personas exorcizan sus miedos a través de narraciones y visualizaciones llenas de toda la certeza y pureza que falta en sus vidas; de esta manera, las figuras autoritarias llegan a ser tan atractivas en este propósito porque suelen proveer las imágenes utópicas anheladas como una salida a la angustia colectiva. Por tales características, lo cursi y lo kitsch suelen convertirse en los lenguajes predilectos del totalitarismo, porque son lenguajes que recurren a fórmulas cuyo éxito ya se ha comprobado y no tienen nada extra que hacer o crear más que repetir, como si se tratara de una oración, las

formas tranquilizadoras y familiares que encantan fácilmente a las masas. No es casualidad que estos lenguajes se hallen en la propaganda fascista (González, 2009), porque lo que nos propone el kitsch son sistemas cerrados y de ideas simples que nos procuren una satisfacción y sosiego inmediato, donde no haya cabida para la ambivalencia, las dudas

o la crítica; y eso era lo que quería el fascismo, ofrecer la imagen de un mundo idílico sin ser cuestionado en nada. Así, “la consecuencia política del Kitsch es el totalitarismo y la imposibilidad de una democracia”, observa Rueda (2013, p. 10).

### Figura 1.

*Auto perfeccionamiento como ideal generacional*



El kitsch en su relación con el fascismo es un ejemplo extremo, sin embargo, nos ayuda a ilustrar las dinámicas y consecuencias a las que tiende su motivación inicial. No obstante, si echamos un vistazo a las redes sociales podremos encontrar dinámicas muy similares, si no es que idénticas (con sus debidas proporciones). Cuántas veces no nos

hemos encontrado con publicaciones de personas en el gimnasio o en la cima de un cerro (*Figura 1*) –o cualquier otro paisaje convencionalmente bello capaz de inspirarnos–, fotos acompañadas de un texto que ensalza la imagen de la misma persona retratada al hablar sobre su esfuerzo o la autodeterminación requerida para superarse.

Encontramos fórmulas familiares, fórmulas que ya hemos visto antes, “vocablos prefabricados”, como los llama Broch, que al repetirse van ganando mayor seguridad en sí mismos, llegando a querer presentarse como un ejemplo de virtud moral o modelos a seguir de lo que debería ser una vida sana o ejemplar. Para Broch, estas cualidades constituyen el mal ético en la estética, pues se toman valores finitos y menores que –aunque no sea una intención explícita o incluso consciente– pretenden “alcanzar una validez universal” (1970, p. 12).

“... [E]sta patentización finita de lo infinito, este pensar sólo en lo ‘bello’, confiere al kitsch un no sé qué de falso bajo el cual se intuye el ‘mal’ ético” (Broch, 1970, p. 13). Este mal ético, por mencionar uno de los ejemplos más comunes, también puede avistarse en la mancuerna que hace el neoliberalismo con las corrientes *New Age* y las versiones más perniciosas de la psicología positiva, todas en un lindo envoltorio kitsch y dando lugar a publicaciones de estilo motivacional o cargadas de pensamiento mágico, tomando los problemas no como consecuencia de fallas o injusticias en el orden social sino como problemas que se pueden trabajar individualmente o bien, que no tienen solución porque atienden a un orden “natural” o “divino”. Constituyen despliegues de autoinmunidad e individualismo en detrimento de la formación de comunidad y consolidación de un mínimo de seguridad social y protección de bienes comunes (Lemes de Castro, 2016). Es decir, la idea de que cada persona es empresaria de sí misma, junto con los discursos de superación personal y las corrientes *New Age* –de un optimismo irracional desanclado de

realidades históricas y materiales– invisibilizan fallas e injusticias estructurales sin las cuales una economía neoliberal no podría proliferar. No promueven “una acción o participación política expresa, sino que por el contrario, su filosofía [...] aconseja ‘soltar los problemas’ para que el universo o las fuerzas cósmicas se encarguen de restituir el orden” (Collin, 2007, p. 28).

Como podremos notar, todos estos discursos se mueven en el plano de lo kitsch, se trata de ideas simples que no demandan gran compromiso de nosotros. Al ser ideas autocontenidas proyectan una ilusión de perfección (no hay nada que solucionar) y nos procuran cierto alivio, nos eximen de cualquier trabajo resolutivo o de reflexión y, envueltas en palabras bonitas que hasta resultan casi poéticas, logran desarticular las posibilidades de formar comunidad y movilizarse políticamente. Entonces, ¿qué se puede hacer contra el poder retórico de estos lenguajes frecuentemente empleados en prácticas de aleccionamiento en diversos campos sociales? Se necesita de una expresión que se le resista, pero no señalándolo con argumentos lógicos, sino en el mismo plano estético, utilizando estrategias equivalentes. Para Monsiváis (2006), las cualidades capaces de oponer resistencia a esta clase de formas y discursos se encuentran en el camp (*Figura 2*).

**Figura 2.***El universo confabula a mi favor*

cuando quieres  
acelerar los procesos  
el universo:

**Camp**

El camp es una sensibilidad estética que gusta del drama, la ironía, de los gestos y formas exageradas. En el camp resulta más importante cómo se dice algo en lugar de lo que se dice. La principal intención del camp es lúdica, y en sus juegos echa mano de todo un baúl cultural, de una “acumulación histórica de representaciones socioculturales” (Ojeda & Ogáyar, 2022, p. 39), valores que sedimentan en actitudes, estilos, en una materialidad y estética distintiva que casi todos los miembros de una misma cultura pueden reconocer. Actualmente, formas y símbolos altamente socializados son parodiados y llevados al límite por los internautas como una manera de

procurarse un goce estético a partir de los abigarramientos estéticos del camp. Sin embargo, el camp es capaz de ofrecer mucho más que placer y diversión. Al sobre-invertir en la forma por encima del contenido, el camp es capaz de reventar los estilos y crear absurdos en los que el significante deja de empatar con el significado, produciendo un fracaso performativo o des-fusión dramática; es decir, las cosas ya no nos parecen naturales o auténticas, ahora las percibimos en su artificio. En otras palabras, al observar una incoherencia entre la forma y el contenido, resulta más fácil la separación de estos elementos, así caemos en cuenta de que aquello que parecía unificado, natural y auténtico, en realidad posee una dimensión artificiosa o, mejor dicho, performativa, dimensión que no tiene nada que ver con la verdad o autenticidad de una cosa o persona, sino con su capacidad de convencimiento. De esta manera, en muchos casos el camp logra exhibir la vanidad moral y los esfuerzos estéticos a los que recurren las personas para representarse como personas dignas y genuinas frente a los demás (Cleto, 2019).

El espectador ahora percibe dos elementos, forma y fondo. Cuando es capaz de advertir la presencia de estos elementos, y más aún, cuando estos no parecen encajar, entonces se dice que el performance no está bien fusionado y se percibe como falso. La sensación de falsedad surge cuando somos conscientes de que hay una postura artificiosa que –más que expresar efectivamente lo que es el sujeto o cosa en cuestión– se dedica a hacer un trabajo de convencimiento, es decir, a que veamos al sujeto como este quiere ser visto.

Independientemente de si las intenciones del sujeto son genuinas o no, siempre hay un grado de confección en las formas que nos representan, siempre hay un artificio. No siempre logramos percibir tales mecanismos performativos, pues muchos de nuestros performances han logrado naturalizarse, por ejemplo, aquellos que connotan ideas de masculinidad o femineidad. Mientras todos apuntamos a un performance exitoso y fusionado en el que no se note la costura entre sus partes (entre forma y contenido), el camp nos incita a adoptar una mirada cínica, nos empuja a percibir cómo todo –sea auténtico o falso– necesita de una confección estética (un soporte artificioso) para exteriorizarse y hacerse comunicable ante los otros, ante nuestro público. Así, el camp observa la vida primeramente como un gran artificio o puesta en escena. Por esta razón, Sontag (2005) resalta que “el camp lo ve todo entre comillas. No será una lámpara, sino una «lámpara»; no una mujer, sino una «mujer». Percibir el camp en los objetos y las personas es comprender el Ser-como-Representación-de-un-Papel” (p. 360). Como señala Hueso (2012), las comillas empleadas por Sontag “apuntan a la sospecha de que lo que nos venden como ‘natural’, no es sino culturalmente construido” (p. 198). El caso más claro y fácil de señalar son las poses de femineidad y masculinidad. Por ejemplo, Anapur & Kordic (2016) señalan que las películas de Sternberg con Marlene Dietrich son algunas de las mejores películas camp jamás realizadas, donde la teatralidad y las exageraciones se manifiestan no sólo en el decorado, sino también en los personajes unidimensionales, sin desarrollo y sin cabida para expresiones que traicionen el género prototípico que

se busca encarnar. En dichas películas, las representaciones del ideal femenino y masculino son tan categóricas que producen una impresión de falsedad e hilaridad, dislocando la naturalidad entre significante y significado. Igualmente, en los protocolos de la monarquía, en la exhibición de hipermasculinidad de Vladímir Putin cabalgando con sus pectorales descubiertos, o en las poses de glamur y opulencia de María Félix, encontramos cierta exageración y teatralidad (Rosales & Martínez, 2022) donde ya no vemos a personas masculinas y opulentas, sino a personas que desean ser percibidas como masculinas y opulentas, pues ambos personajes recurren a los signos más obvios, clichés asociados a tales valores. En el caso de Putin vemos cómo elige la imagen del hombre siendo capaz de enfrentar la naturaleza con nada más que su cuerpo viril, y en el caso de María Félix (“La Doña”), rápidamente recordamos su vestimenta, colección de joyas y su andar altivo, tan altivo que inspiró un personaje paródico llamado “La Roña”. De tal manera, las exageraciones entonces se vuelven vehículos idóneos para dar una lectura camp a las personas y objetos (Wolf, 2013), pues es a través de estas desproporciones que, en lugar de reforzar la imagen que se desea proyectar, sale a relucir su esfuerzo performativo y, en consecuencia, sus modos de ser como afectaciones irrisorias. Cuando destaca el artificio se rompe toda idea de naturalidad para el espectador y a este ya no se le puede persuadir, entonces se vuelve libre para interpretar la actuación fuera de la intención o resultado dramático que deseaba alcanzar el *performer*. Por lo anterior se puede decir que:

*...lo camp no refleja un estado de las cosas sino la atribución de significado que deviene de la interacción entre sujetos y su percepción de determinados objetos y expresiones culturales [...] El etiquetaje de algo (o alguien) como camp no responde a una presumible esencia camp sino a todo un proceso de puesta en valor y resignificación, en línea con una activación patrimonial. (Ojeda & Ogáyar, 2022, pp. 38-39)*

Tales dinámicas se vuelven más evidentes cuando vemos cómo en las prácticas digitales los internautas recuperan su patrimonio simbólico para jugar con un humor altamente referencial, formando parte de los procesos de remediación (Maldonado, 2022) que posibilitan la reinterpretación y transformación de los valores asociados a determinadas formas, poses, estilos, gestos, vestimenta, actitudes, etc. A continuación, observemos cómo estas dinámicas de reinterpretación hermanan y trazan una delgada línea entre el kitsch y el camp, tomando como ejemplo un mismo objeto que –dependiendo de la recepción y valor imputado por espectadores sujetos a un determinado zeitgeist– en distintas épocas ha sido considerado kitsch y camp, no por cualidades inmutables e inherentes al objeto mismo, sino porque lo que es considerado kitsch y camp cambia con la mentalidad de cada periodo y contexto social.

En Estados Unidos surge el icónico flamenco rosa, diseñado por Don Featherston, como emblema de aquel poder adquisitivo al alza pero “sin gusto”; el tótem flagrante de la satisfacción suburbana –

kitsch por sus serias pretensiones artísticas y deseo de estilizarse como las clases altas (Ross, 1993)– y, años después, de la ironía posmoderna (Fox, 2015, párr. 2). Esta ironía es resultado del cambio en la recepción y resignificación del objeto. Bajo un proceso activo como lo es la interpretación, ya no tratamos con el gusto kitsch, sino con el gusto camp, sensibilidad que celebra conscientemente el “mal gusto” o la “vulgaridad”. Gracias a su amor por objetos pasados de moda, a sus irreverencias y absurdos, el camp detona tensiones dicotómicas que nos ponen en jaque y nos hacen cuestionar la legitimidad del valor asignado a las cosas y a las personas, justo como sucedió con el flamenco rosa, un mismo objeto de consumo popular abordado y resignificado por diferentes sensibilidades, promovido finalmente a un lugar de mayor prestigio en la cultura gracias a la ironía camp. Teniendo en cuenta lo mencionado hasta este punto:

*Si algo tienen en común lo camp y lo kitsch es su vinculación con la cultura popular y de masas: una constante en estas manifestaciones artísticas es precisamente la inserción de los elementos populares a menudo en forma de relectura paródica. Así la publicidad, el cine o la televisión o el folclore ocuparán un lugar privilegiado en el imaginario del camp y el kitsch hasta el punto de constituir la médula de su lenguaje artístico. (García, 2016, p. 12)*

Ya que el camp es un proceso dinámico que cambia y responde a un conjunto de rasgos distintivos de



cada sociedad, expresiones de antaño podrían no encajar con la visión que hoy tenemos del camp, sin embargo, su genealogía se remonta más atrás de lo que la mayoría reconoce, y cada expresión se tiene que cotejar con las características de su tiempo (Galef & Galef, 1991). Lo camp cambiará inherentemente para adaptarse a las necesidades de cada grupo social *queer* en determinado contexto histórico, por lo tanto, la cuestión de si el camp ha muerto o no, pende de la falsa presuposición de que lo camp opera necesariamente de una sola forma, asegura Schottmiller (2017). Así, ante el cuestionamiento que plantea Alavez (2014) sobre la pertinencia y alcance de terminologías como el kitsch y el camp para el análisis de las expresiones audiovisuales en redes sociales, podemos estar seguros que gracias a la flexibilidad de tales conceptos –que no responden a características definitivas, sino a actitudes y procesos dinámicos de recepción e interpretación cuyos parámetros cambian con el tiempo–, estos continúan vigentes y siendo provechosos para la descripción densa de fenómenos y objetos culturales.

### **Enfoque metodológico**

Partiendo de los conceptos presentados nos propusimos observar las expresiones actuales del camp en redes sociales, identificando algunas de las tensiones dicotómicas que inaugura, e interpretando las resignificaciones que surgen de la inestabilidad que propicia el camp como un espacio de libertad

para abrir nuevas perspectivas. Por ello nos preguntamos: ¿cómo y en qué asuntos la sensibilidad camp resignifica, transmuta o desestabiliza los signos de una cultura hegemónica? Para nuestro análisis se recopilaron durante tres años algunas de las expresiones camp más recurrentes en redes sociales, principalmente aquellas compartidas en Facebook, siendo la red que al inicio de nuestra investigación contaba con más usuarios en México (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2021). A partir de una descripción densa se delimitó y dio forma a una serie de categorías que posteriormente serían interpretadas siguiendo el paradigma de la sociología cultural y su consecuente análisis hermenéutico.

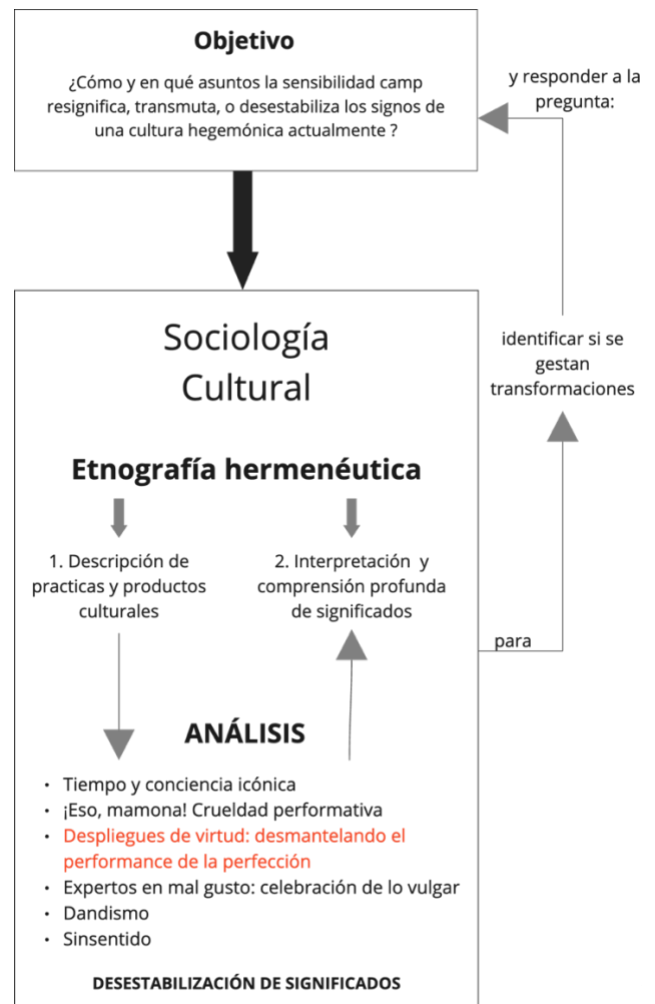
La propuesta del trabajo hermenéutico es sumergirse en el panorama que vivencian los sujetos para comprender el sentido de sus prácticas y significados culturales, y entre más se pueda experimentar un panorama ajeno como propio, resultará más fácil para el investigador describirlo e interpretarlo (Alarcón, 2015). Justamente, la etnografía operaría bajo el mismo principio; el investigador, para construir una descripción densa de las prácticas culturales de una determinada sociedad se vuelve parte de ella por un tiempo para vivir la experiencia completa que le descubra el contexto bajo el cual operan los significados, significados que a la hora de señalar y describir parecerá conocerlos de antemano gracias a una inmersión integral. Es decir, se descubre algo que ya se sabe implícitamente porque nos volvemos parte del fenómeno. Es en este sentido que el significado –en el momento hermenéutico, en el que se va más allá de las

descripciones que ofrece la etnografía y se busca elaborar una interpretación— simplemente “se ‘ve’ o no” (Alexander, 2018, p. 25). Así, aunque en el papel de investigadores hemos estado observando intencionadamente durante tres años desde las lentillas teóricas propias de las ciencias sociales —las características formas en que las personas interactúan en redes sociales a través de la producción e intercambio de expresiones audiovisuales que engloban significados de la vida *offline*—, como individuos hemos estado inmersos en dicho fenómeno global desde hace más de 10 años. Por lo anterior, la interpretación corre menos riesgos de caer en juicios arbitrarios, y se ancla en cambio a un proceso posibilitado por la observación y el uso compartido de códigos y parámetros culturales heredados de “realidades objetivadas” (Berger & Luckman, 2001), cuyos significados se construyen implícitamente no a partir de un solo observable, sino de variados objetos, eventos y prácticas que trabajan en sinergia para crear significados arraigados. En este sentido, la hermenéutica no se encarga de inventar, sino de leer e identificar las interpretaciones que ya han hecho los sujetos sobre las expresiones audiovisuales que se comparten a diario en redes sociales. Lo anterior facilita satisfacer los requisitos de la etnografía hermenéutica, método que nos permitió: 1) construir datos, ordenarlos y caracterizar significados convencionales que se avistan en cada categoría construida, 2) detallar la manera en que el camp abre una disputa de significados a través del juego estético para, finalmente, 3) comprobar si hay un antes y un después, es decir, si se producen transformaciones significativas en el mundo

simbólico de las personas. En la *Figura 3* se podrá apreciar el flujo de trabajo que hemos ejecutado, así como los títulos de las categorías construidas. Pero como lo plantea el título de este artículo, aquí nos enfocaremos en los despliegues de virtud en redes sociales a través del lenguaje kitsch, y la desarticulación que el camp hace del performance de la perfección.

**Figura 3.**

*Enfoque metodológico*



### Despliegues de virtud: desmantelando el performance de la perfección

En su primer impulso el camp busca jugar con las formas y divertirse de la manera más “tonta” y “superficial”. Al exagerar y explotar el estilo es común encontrarnos con choques absurdos y cómicos. Sin embargo, a pesar de su carácter lúdico y, en apariencia, apolítico, es capaz de proporcionar los terrenos adecuados para desencadenar reflexiones o críticas más serias; las des-fusiones que detona entre forma y contenido producen grietas en el performance, gracias a estas grietas se filtra la duda, y a partir de esta última se genera la oportunidad de problematizar y redefinir la validez o coherencia de ciertas concepciones, incluso las más arraigadas y naturalizadas. Por lo anterior, Monsiváis (2006) considera que:

*La sensibilidad camp en México puede ser un conducto eficaz para apreciar la vida pública. No porque pondere sino porque logra reconocer a quienes ponderan al artificio como un ideal. Puesto que la demagogia (en todos los estratos, del religioso al social, del económico al político, del cultural al deportivo) es la esencia del lenguaje oficial, casi siempre lo importante no es lo que se dice sino cómo se dice. (p. 174)*

### Figura 4.

*No importa el lugar, importa el con quién*



Contrastemos las diferentes perspectivas que habilitan el kitsch y el camp en el siguiente ejemplo. Mientras el kitsch –que pretende construir mundos certeros e ideales– nos invita a leer la leyenda de la *Figura 4*, “no importa el lugar, importa el con quién”, de manera seria y solemne, el camp, al estrellarla contra la imagen de una mujer tirada en un túnel, crea un choque absurdo que nos sacude y rompe con la inercia de la retórica cursi que ensalza ideales desprendidos de las realidades materiales. Cuando los ideales son confrontados a tales realidades, brota el artificio y ridiculez de esas formas ahora vaciadas de su poder retórico para identificarlas como clichés. De esta manera, el camp, en lugar de leer la frase a modo de afirmación, desarticula el performance cursi y produce grietas a través de las cuales se infiltran las dudas, invitándonos a reformular la frase en forma de pregunta: ¿en serio no importa el lugar?, ¿en serio no

importan las condiciones? Las irreverencias del camp son la equivalencia estética necesaria para despojar al lenguaje kitsch de su poder retórico, y abren la vía para una lectura descarnada que vaya más allá de cómodas ficciones.

El camp suele tomar las formas y lenguaje hegemónico exagerándolo o mezclándolo con contenido “sucio” o “vulgar”. Crea choques absurdos que tienen como principal objetivo divertirse y reír, pero también tienen el potencial de mermar el poder

retórico de distintos performances (*Figura 5*). Y es que como mencionan Ojeda & Ogáyar (2022), lo camp reivindica “su estatus antihegemónico desde la irrisión y la burla de lo socialmente aceptado”, alimentando “un imaginario alternativo” (p. 44); posibilita una oportunidad de discernimiento cuando se desarticulan las formas de los contenidos, debilitando el poder retórico que ejercen sobre el espectador cuando están totalmente fusionados dichos elementos.

### Figura 5.

*Imagen intervenida por internautas*



El camp en redes sociales también rescata los típicos formatos empleados en historias motivacionales o de superación personal; mezcla clichés cursis y optimistas con un contenido “inmoral” u obscuro para des-fusionar el performance. Uno de los ejemplos más absurdos es el que se observa en un video (*Figura 6*) que simula mostrarnos el momento en que una joven experimenta un violento ataque de nervios al quedar atrapada en un terremoto. El video

es acompañado por la pieza musical *Hachiko (The Faithful Dog)* y por leyendas que van describiendo la situación al espectador. Finalmente, el supuesto terremoto pasa y la chica cambia a un estado de profunda serenidad. Entonces aparece la moraleja: “a veces la vida te da segundas oportunidades”. Sin embargo, el video que sólo nos mostraba a la joven de la cintura para arriba, no se trataba de una persona atrapada en un terremoto, sino de una chica

masturbándose intensamente. Se mezcló material pornográfico con el formato típico de las historias de superación personal, exaltando el papel fundamental de esos distintivos tratamientos estéticos y su capacidad para colorear emocional y moralmente un determinado suceso. Poner el foco de atención sobre estos formatos, estos clichés, es lo valioso de estas

expresiones irreverentes que nos ayudan a percibir el poder de la forma en que se expresa algo. Son expresiones que incluso nos ayudan a pensar en retrospectiva, desarticulando y resignificando cuanto performance cursi hayamos visto antes y que en su momento logró convencernos.

**Figura 6.**

*Historia de superación noPor*





Ya que el camp es contrario a la idea de lo “sincero”, lo “auténtico” y lo “natural”, y considera estas nociones como hipocresías risibles (McElroy, 2017, p. 302), al crear esta clase de desfases entre forma y contenido expone la solemnidad y la sensiblería propia del kitsch no como simples exaltaciones emocionales, sino como argucias. Así, a diferencia del kitsch –que se toma y nos pide tomarlo en serio–

el performance campy entrena la mirada para leer la próxima cursilería que se nos presente con cierta suspicacia. Como se observa en la *Figura 7*, ya algunos internautas reaccionan cínicamente a una publicación grandilocuente, de una peligrosa seguridad rectora en la que su autor, sea consciente o no, se posiciona como ejemplo de virtud.

### Figura 7.

*Eduardo Verástegui rezando en Teotihuacán por la paz del mundo*



Y es que como menciona Taylor (2012), cada performance demanda algo distinto del espectador: “Hay performances que confunden, y otros que aterrizan [...] otros [...], son como un puñetazo al ojo: el espectador ya no puede ver de la misma manera” (p. 85). Así, lo que se pide hoy a través de

diversos memes es acabar con hipocresías, golpes de pecho, pretensiones moralistas, etc. De esta manera nos encontramos con expresiones similares a la actitud de Henry Wotton, personaje del *Retrato de Dorian Gray* que se distingue por el aire cínico y descarnado (propio de los dandis) con que observa la

vida social, deshilachando maliciosamente sus cortinas morales y señalando sus vanidades e hipocresías. Sin embargo, como toda forma llevada al extremo, aquí también yace un peligro, y es que el personaje lleva su ejercicio al grado de desdibujar incluso “los límites entre el bien y el mal” (Hernández, 2017, p. 264) –claro que distinguir entre el bien y el mal merece toda una discusión a parte–, contemplando su vida sin necesidad de adornos que justifiquen apetitos nada honorables o redimibles, y gozando de un absoluto estado de decadencia. Pero volviendo a las expresiones del camp en redes sociales, que pueden verse como una forma de indulgencia para dar rienda suelta a lo que se piensa como una tendencia natural hacia la banalidad, estupidez y libertinaje, romper con tendencias moralistas y dejar de tomarse a sí mismo tan en serio en realidad no es tan sencillo como pudiera parecer. De hecho, la frivolidad del camp, paradójicamente, en muchos casos no surge directamente desde la ligereza, sino desde una profunda seriedad en el sujeto (Isherwood, 1999), seriedad que de alguna manera –frecuentemente desde el dolor resignado– logra domar y combatir para permitirse algo de diversión y goce. Csikszentmihalyi (1997) menciona que, contrario a lo que la mayoría pudiera creer, es mucho más fácil tender hacia la tragedia y la seriedad. Pero, insiste, si nos empujamos más allá de ese primer impulso natural, más allá de nuestra vanidad y de nuestro amor propio, viendo en cambio las vicisitudes de la vida en un mismo nivel y sin pedestales, nos sorprenderemos ante la complejidad de la comedia, la ambigüedad y la ironía en ellas.

*La seriedad no es una virtud [...] Tomarse muy seriamente a sí mismo, siendo la cosa más fácil del mundo, no es más que abandonarse a una pendiente natural. Es más fácil escribir un buen artículo de fondo para el Times que una buena sátira en el Punch. Porque la solemnidad fluye naturalmente de los hombres, mientras que la risa es un salto. Es tan fácil ser pesado como difícil ser ligero. Satán cayó por la fuerza de su gravedad. (Chesterton, 1917, pp. 236-237)*

Siguiendo estas ideas, Onfray (2000) asegura que la humildad y el amor al prójimo “son formas exacerbadas del orgullo y el amor a sí mismo. Bienaventurados los pobres de espíritu que no verán que se niegan para afirmarse mejor, que se pierden para encontrarse mejor, que renuncian para imponerse mejor” (p. 58), mejor que los demás. Aunque los procesos de aprendizaje y crecimiento personal puedan aportarnos una vida más placentera, o incluso hacerla más placentera para los demás, tal proceso no está exento de vanidad. No significa que se deba demonizar la vanidad y que esta envilezca todo proyecto de progreso, después de todo, existimos por medio de una sola mente y un sólo cuerpo por los que tenemos que velar en todo momento para preservarnos y no sólo vivir, sino vivir satisfactoriamente inmersos en los contextos sociales que nos han recibido al nacer. Los problemas surgen cuando cubrimos estos hechos básicos con mentiras halagadoras, cada vez más complejas y enmarañadas con las que terminamos creando un mundo de dobles

intenciones. Los dandis de internet a menudo logran quebrar esas máscaras al “reiterar un conjunto de «cintas de conducta» aprendidas [...] de guiones socioculturales” (Bianciotti & Ortecho, 2013, p. 127); parecería que no cambia gran cosa, pero como señalan Bianciotti & Ortecho (2013), las reiteraciones no son copias idénticas de los guiones sociales, sino reproducciones con un giro subversivo, justo como lo hace el camp al tomar las formas del kitsch, dislocándolas mediante la ironía y la exageración. Esa reiteración subversiva constituye el caballo de Troya que penetra y logra crear fisuras en el poder retórico e ideológico de ciertas prácticas culturales, prácticas que pueden ser hipócritas e incluso irracionales y autodestructivas. Pero combatir lo contradictorio o irracional a veces demanda resolverse en el mismo plano, utilizando un mismo lenguaje, un antídoto equivalente también capaz de crear paradojas y absurdos que pongan en jaque la vanidad moral y sus disfraces. Y es que la ironía, siendo uno de los principales ingredientes del camp, es capaz de resaltar la capacidad que tiene el lenguaje de “oscurecer más de lo que aclara en cualquier acto de figuración verbal. En la ironía, el lenguaje figurativo se pliega sobre sí mismo y cuestiona sus propias posibilidades de distorsionar la percepción” (White, 1992, p. 46), es decir, se reconoce la capacidad expresiva de las formas, siendo, en muchos casos, más potentes que el mensaje que encierran. Así, el camp puede contribuir al debilitamiento del lenguaje o performance moralista y de la ideología que pudiera comportar, revaluando su pertinencia, pero también encierra un beneficio más inmediato: depurar la vergüenza en

quienes más lejos están de alcanzar ideales físicos y morales impuestos por la hegemonía.

### Conclusiones

La proliferación del camp no carece de cierta lógica al encontrarnos en un contexto histórico en el que se gestan dos polos; por un lado, se nos demanda más perfección que nunca, debemos esconder la basura, los desperfectos, nuestras sombras, enfermedades, fracasos, incapacidades, vicios, precariedad, etc.; y por otro, surge la celebración de todo lo opuesto, de la vulgaridad, el mal gusto, las “debilidades” de carácter, los aspectos más asquerosos de nuestra corporalidad, etc. Así, conforme crecen las puestas en escena de perfección, también crecen las expresiones que funcionan como una especie de auto confesión. Cuando se nos inculca la obsesión compulsiva por ocultar todo lo indeseable, del otro extremo surge la obsesión compulsiva por revelarlo. Estamos compuestos por luces y sombras, pero nos empeñamos en ocultar las últimas sin ser conscientes de que necesitamos aceptar y reconocer nuestras polaridades para poder vivir plenamente, pero para lograrlo necesitan equilibrarse. En otras palabras, podríamos decir que un polo (el de la belleza y felicidad) corresponde a cierta necesidad de ocultar o evitar pensar en los hechos más desagradables de la vida para hacerla soportable; y que el otro (aquel que recupera y celebra la fealdad y los fracasos), nos previene de caer en tantos adornos o engaños que, en lugar de ayudarnos a sobrellevar la existencia,



terminen asfixiándonos. Resulta más sencillo observar en redes sociales cómo se va troquelando esta dualidad, esta tensión entre el arduo trabajo que supone vivir en un estado permanente de perfección

y belleza, y la posibilidad de vivir con más ligereza, como seres multidimensionales e imperfectos, incluso llegando a disfrutar y divertirnos con esas “imperfecciones” (Figura 8).

### Figura 8.

*Se asoma el topo*

\*tomo un sorbo de café\*  
La popó en mi cola:



*De todas las situaciones o vivencias estigmatizadas lo escatológico ocupa los primeros lugares, y desde la infancia forma parte del repertorio de chistes más básicos como resistencia a las ficciones culturales que la humanidad se inventa para negar que es o que tiene un cuerpo (Álvarez, 2021). Como señala Georges Bataille (2003) en El dedo gordo, “la especie humana se aleja tanto como puede del barro terrestre, aunque por otra parte una risa espasmódica lleva la alegría a su culminación cada vez que su impulso más puro acaba haciendo caer en el barro a su propia arrogancia” (pp. 47-48).*

Tal vez por dicha necesidad de liberarnos de todas estas ansiedades es que personajes como Wendy Guevara resultan tan catárticos y atraen a tantas personas. Con su performance campy se apropia de sus “desperfectos” o “fracasos”. Remueve el estigma al mostrarse en sus momentos menos glamurosos sin aparentar vergüenza y sin menospreciarse. Al celebrar las imperfecciones estas dejan de ser “desperfectos” o “fracasos”, simplemente pasan a ser una parte más de las dimensiones humanas. Por

ejemplo, después de hacer ejercicio, en lugar de subirse a un pedestal moral por haber disciplinado su cuerpo, exhibe sin reparos el no tan solemne y virtuoso sentir de su ego. Wendy exhibe su vanidad, sin adornarla o sin inventarle una historia que torne tal “vicio de carácter” en una cualidad redimible:

*...hice 21 minutos de cardio y me siento ya bien mami. Hasta ni yo sola me soporto. Me siento bien exquisita, bien suculenta, bien*

*todo que ver. Me siento ahorita perrísima, me siento bien acuerpada con un piernonon, un culazo, un chichazo, y con así una cinturita [...] Imagínate si voy al gym dos horas. ¡No! Voy a salir bien mamona, voy a salir pero prepotente, prepotentísima”.* (Noguerón, 2023)

Wendy revela su vanidad como el vicio de carácter que es, pero al hacerlo, paradójicamente, ya no nos parece un vicio de carácter. La vanidad deja de ser percibida como una cualidad amenazante y negativa, en cambio pasa a ser una faceta más de las dimensiones humanas. Expresiones como estas quiebran los diques sociales que cortan el flujo de un cúmulo de emociones y formas de ser que al suprimirlas se tornan malignas, y como el agua estancada terminan por podrirse, por estigmatizarse. En este sentido estamos en la era de lo reprimido que vuelve, ese “algo que siempre fue familiar a la vida psíquica y que sólo se tornó extraño mediante el

proceso de su represión” (Flórez-Estrada, 2009, p. 123). Flórez-Estrada (2009) remarca que existen dos salidas para esta clase de expresiones, una corresponde a las profecías catastróficas que, de perder el rigor en las normas que regulan nuestra conducta, temen la destrucción de la unidad y comportamiento social civilizado; y la otra, más optimista, conserva la esperanza de cambiar hacia un mundo de “mayor felicidad y menos represión, discriminación, exclusión” (p. 123). De la misma manera, después de repasar expresiones como el kitsch y el camp en un compendio de la fealdad a través de la historia, junto con su sistemático desprecio por parte de la sociedad, las impresiones que estas formas toscas, imperfectas, viciosas y vulgares dejan en Eco (2007) al finalizar su *Historia de la fealdad*, moldean en él un sentido similar: encuentra en las expresiones de todas aquellas cualidades rechazadas un llamado a un mundo más piadoso y compasivo.

### Referencias bibliográficas

- Alarcón, J. (2015). La hermenéutica como anclaje epistémico del método etnográfico. *Vivat Academia*, (133), 1-11. <https://bit.ly/4d0C5Ka>
- Alavez, J.A. (2014). Lo kitsch, lo camp y sus manifestaciones actuales. *Discurso visual*, 33, 73-81. <https://bit.ly/4dgerJX>
- Alexander, J. (2018). *Sociología cultural: formas de clasificación en las sociedades complejas*. FLACSO México.
- Álvarez, A. O. (2021). *Filosofía de la apariencia física*. Taugenit.
- Anapur, E. & Kordic, A. (2016). *Camp and why we love it*. Widewalls Editorial.
- Bataille, G. (2003). *La conjuración sagrada: ensayos 1929-1939*. Adriana Hidalgo.
- Berger, L. P. & Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Amorrurtu.

- Bianciotti, M. C., & Ortecho, M. (2013). La noción de performance y su potencialidad epistemológica en el hacer científico social contemporáneo. *Tabula Rasa*, (19), 119-137. <https://bit.ly/3SrCP2C>
- Broch, H. (1970). *Kitsch, vanguardia y el arte por el arte*. Tusquets.
- Chesterton, G. K. (1917). *Ortodoxia*. Calleja.
- Cleto, F. (2019). The spectacles of camp. In *Camp: Notes on fashion* (pp. 9-59). The Metropolitan Museum of Art/Yale University Press.
- Collin, L. (2007). Un discurso new age para intelectuales. *Mitológicas*, XXII, 19-32. <https://bit.ly/46sFeQE>
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Creativity: flow and the psychology of discovery and invention*. Harper Perennial.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.
- Eco, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Lumen.
- Flórez-Estrada, M. (2009). La construcción social de significados en el fin de la era del padre. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, III(125), 117-125. <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i125.8794>
- Fox, M. (2015, June 23). Don Featherstone, Inventor of the Pink Flamingo (in Plastic), Dies at 79. *NY Times*. <https://bit.ly/4d3Pfgq>
- Galef, D., & Galef, H. (1991). What Was Camp. *Studies in Popular Culture*, 13(2), 11–25. <https://www.jstor.org/stable/23414559>
- García, L. (2016). *El camp cañí. Folclore popular, kitsch y género en el arte contemporáneo español* [Tesis]. Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/56292>
- González, L. M. (2009). *Fascismo, kitsch y cine histórico español, 1939-1953* (Vol. 9). Universidad de Castilla La Mancha.
- Hernández, S. (2017). Del dandy al esteta: el cultivo de la sensibilidad, entre lo individual y lo colectivo. *Quintana*, (16), 263-275. <https://doi.org/10.15304/qui.16.3313>
- Hueso, S. (2012). “*Ya no estás más a mi lado, corazón*”, *estética Camp en América Latina*. [Tesis doctoral, Universitat de València].
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares. <https://bit.ly/3Ymwt8s>
- Isherwood, C. (1999). *The world in the evening*. University of Minnesota Press.
- Lemes de Castro, J. C. (2016). Neoliberalismo, autoinmunidade e redes sociais. *Interin*, 21(1), 145-163. <https://bit.ly/3y8voqm>
- Maldonado, M. (2022). La remediación de la cultura y la sociedad en Facebook. *Humanitas*, 2(3), 131-168. <https://doi.org/10.29105/revistahumanitas2.3-34>
- McElroy, D. (2017). Camp. In B. Papenburg (Ed.), *Gender: Laughter*, (pp. 293-310). Macmillan Interdisciplinary Handbooks.
- Monsiváis, C. (2006). *Días de guardar*. Era.

- Noguerón, R. M. (Productora). (2023). *La casa de los famosos México*. [Reality show] EndemolShine Boomdog y TelevisaUnivisión.
- Ojeda-García, F. M., & Ogáyar-Marín, F. J. (2022). El camp español se hace digital: Procesos de activación patrimonial gay/queer mediante Instagram. *Revista de humanidades*, (47), 35-59. <https://bit.ly/4c3we5p>
- Onfray, M. (2000). *La construcción de uno mismo: la moral estética*. Libros Perfil.
- Ross, A. (1993). Uses of camp. In D. Bergman (Ed.), *Camp Grounds: Style and Homosexuality* (pp. 54-77). University of Massachusetts Press.
- Rosales, A., & Martínez, E. (2022). Cultura, modernidad y camp: resistencia sin agenda. *Transdisciplinar. Revista de Ciencias Sociales del CEH*, 1(2), 249–292. <https://doi.org/10.29105/transdisciplinar1.2-7>
- Rueda, L. (2013, August 28-30). *John Dewey y el Kitsch* [Presentation]. IX Jornadas de Investigación en Filosofía, La Plata, Argentina. <http://bit.ly/46mD05b>
- Schottmiller, C. (2017). Excuse my beauty!: camp referencing and memory activation on RuPaul's drag race. In B. Drushel & B. Peters (Eds.) *Sontag and the Camp Aesthetic: Advancing New Perspectives* (pp. 111-130). Lexington Books.
- Sontag, S. (2005). Notas sobre lo camp. In *Contra la interpretación*, (pp. 355-376). Alfaguara.
- Taylor, D. (2012). *Performance*. Asunto Impreso.
- White, H. (1992). *Metahistoria: la imaginación histórica en la Europa del siglo XIX*. Fondo de Cultura Económica.
- Wolf, J. M. (2013). Resurrecting camp: rethinking the queer sensibility. *Communication, culture & critique*, (6), 284-297. <https://doi.org/10.1111/cccr.12007>